



March, 2012



जनसंचार माध्यमों से नारी उत्पीड़न

* अर्चना पोटे

* जी. एन. ए. कॉलेज बारिशिकळी

लोकतंत्रिय देश में जनसंचार माध्यमोंको शासन प्रणाली का चौथा प्रमुख आधारस्तंभ माना जाता है। जनता में विभिन्न सूचनाओं का संप्रेक्षण करना, जनमत तयार करना, लोगों में चेतना एवं जागरूकता लाने का महत्वपूर्ण काम 'जनसंचार माध्यम' की प्रमुख जिम्मेदारी होती है। जनसंचार माध्यम सामाजिक दृष्टि से देश का पथप्रदर्शक है। जनसंचार साधना में – समाचार पत्र, (साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक) पत्रिकाएँ पोस्टर, किताबें ये प्रिंट माध्यम हैं। टी. वी., सिनेमा, रेडिओ, फोन, वि.सी.आर., कम्प्यूटर आदी इलेक्ट्रॉनिक मिडीयेटर हैं।

भारत देश में औद्योगिकरण के साथ सूचना क्षेत्र में क्रान्ति हो गई। जनसंपर्क माध्यमों द्वारा अभिव्यक्ति के स्वतंत्रता के नाम पर अतिस्वच्छंदता, व्यक्तिगत जीवन में अनावश्यक हस्तक्षेप, अशिललता एवं नारी उत्पीड़न को प्रोत्साहन दिया जा रहा है। वैश्वकरण के इस युग में संचार साधनों पर पुँजीवादी तत्वों का प्रभाव बढ़ता जा रहा है। धनीक लोगों के दबाव के कारण संचार साधने समाज के प्रति सशक्त दायित्व से विन्मुख होती नजर आ रही है। मीडिया द्वारा अनेक प्रकार से महिलाओं का नीर्दयता से शोषण किया जा रहा है।

fiz.V ek/; e }kjk ukjh mRi hMtu

समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं के मुखपृष्ठ पर नारी की उत्तेजक तस्वीरें छापकर बड़ी संख्या में पाठकों को अपनी ओर खिंचने का प्रयास हो रहा है। नारीहिंसा देह-व्यापार, बलात्कार संबन्धित घटनाओं को बढ़ाचढ़ाकर सचित्र प्रकाशित किया जाता है। वाईनबार पर लगाये जानेवाली पोस्टर हो या अशिलल फिल्म की; उसे शहर के भिड़भाड़वाले रास्तों पर विलोभनिय सजाकर लटकाया जाता है। इन पोस्टरों के सामने से गुजरना भी सामान्य नारी के लिए शर्मिंदगी पैदा करती है। ऐसी घटिया पोस्टरों द्वारा नारी की गरीमा की धज्जियाँ उड़ाई जाती हैं।

foKki uka }kjk %

प्रतियोगिता के इस युग में एक ही वस्तु के अनेक ब्राण्ड बाज़ार में उपलब्ध हैं। प्रत्येक निर्माणकर्ता अपनी वस्तु की श्रेष्ठताओं प्रमाणित करने के लिए विज्ञापन करता है पर ये विज्ञापन वस्तुओं तक सिमित न रहकर विज्ञापन को आकर्षक बनाने के लिए नारी का गैर तरीके से मनचाहा चित्रण हो रहा

है। कभी कभी तो विज्ञापन किस चीज का हो रहा है – किसी वस्तु का या स्त्रिदेह का ये समझ पाना मुश्किल होता है। जैसे मोटरकार, आफटर शेव लोशन, शेवींग मशीन, सिगरेट, पान मसाला या अर्त:वस्त्रों के विज्ञापन से स्त्री स्त्री के प्रति आकर्षण प्रस्तुत कर लोगों को रिझाने का प्रयोग दिनो-दिन बढ़ रहा है। वर्तमान समय में विज्ञापन निर्माण करने से लेकर मॉडेल चुनाव तक सभी प्रक्रियाओं केन्द्रबिन्दू नारी का शारीरिक सौंदर्य माना जाता है। इश्तेहारबाज़ीमें नारी को एक उत्पाद की वस्तु बना डाला है। निर्वस्त्र प्रदर्शन की कीमते इतनी ज्यादा दी जाती हैं की महिलाएँ रूपों के लिए ऐसे प्रदर्शन से परहेज भी नहीं करती और मीडिया के माध्यम से उसे उचित भी ठहराया जाता है। आज का समाज तो बौद्धिक समाज है। पर विज्ञापनों की दुनिया देखकर तो ये बौद्धिक लोग बुद्धिहीन प्रति होते हैं।

3W/h-oh- fl jh; Yl }kjk ukjh mRi hMtu

विश्व में टेलीविजन सबसे अधिक लोकप्रिय है। ये 'जादुई डिब्बा' समाज प्रबोधन का सशक्त माध्यम बन सकता है क्यों की व्यक्ती भावात्मक रूप से उनसे जल्दी जुड़ जाते हैं और सीधे-सीधे उसे अपने जीवन से जोड़ते हैं। किन्तु टेलीविजन के अधिकांश कार्यक्रमों में नारीजगत का चित्रण गलत हो रहा है। एक ही सिरीयल में एक ही नारी की दो या तीन बार शायदियाँ दिखाई जाती हैं। हद तो तब होती है जब माँ को अपनी संतान का दुश्मन दिखाया जाता है और धन के लिए पति-पत्नी में प्रतिद्वन्द्विता दिखाई जाती है। एक नारी ही दुसरी नारी का संसार ध्वस्त करते दिखाते हैं। इससे नारी सभ्यता का उल्लंघन हो रहा है। स्त्री के शरीर का, स्त्रीयों के पत्नीत्व तथा मात्रत्व भावनाओं का दुरुपयोग सिरीयल के माध्यम से आज भी धूमधाम से शुरू है। ये सब समाज में नारी जाती का स्थान दुषित कर रहा है।

pyfp=ka }kjk ukjh mRi hMtu.k% %

वर्तमान चलचित्र नारी स्वरूपों को विकृत रूप में प्रस्तुत कर नारी की प्रतिष्ठा को गहरा आघात पहुँचा रही है। फिल्मों में नारी भोग विलास की वस्तु के रूप में अशिललता के साथ परोसी जाती है। सिनेमा निर्माता हो या कलाकार, किसी भी प्रकार से धन और सफलता प्राप्त करना ही अपना धर्म

समझते हैं फिर चाहे नैतिक मर्यादा की सीमा ही क्यों न उपयोग किया जा रहा है। उससे नारी की गौरवमयी छवी को लांघनी पड़े। 'जिस्म' जैसी फिल्मों की समाज को कोई ठेस पहुंच रही है।

आवश्यकता नहीं है। 'डर्टी' पिक्चर के माध्यम से बदनाम होकर नाम कमाने का एवं पैसा कमाने का फार्मुला खुलेआम बड़ी बेशरमी से प्रस्तुत किया। क्या संस्कार दे रही है ऐसी फिल्में? आयटम गर्ल हो या मुख्य अभिनेत्री किसी भी फिल्म को हिट बनाने के लिए बिभत्स अंगप्रदर्शन सुगम मार्ग समझती है। पिछले कुछ सालों से तो भारत में अश्लील फिल्मों की बाढ़ सी आ गई है। फिल्म के जरीये यौन संबंध, बलात्कार जैसे विषयों को दिखाकर भ्रष्ट समाज निर्माण हो रहा है। विडियों कैसेट, सी. डी. प्लेअर पर बंद कमरे में फिल्म देखना फैशन बनती जा रही है। ऐसे लघु थियेट्रो में देखी जाने वाली फिल्मों में नारी का अधिकांश अंगप्रदर्शन होता है। ये सामाजिक दृष्टि से निन्दनिय है। अब तो ये सेवारूप में अत्याधुनिक मोबाईल पर उपलब्ध करा कर युवापिढी को खूलेआम बरबादी का परवाना दिया जा रहा है।

I kj k k %

21 वीं सदी में जनसंचार साधनों का क्षितीज बढ़ता जा रहा है। समाज को सही दिशा देने का कार्य जनसंचार माध्यम ही कर सकती है पर बढ़ती व्यवसायीकरण, लोकप्रियता बनाने की महत्वकांक्षाओं ने मीडिया को पैसा कमाने का कारखाना बनाकर रखा है। उसके लिए नारीआकृति का आसुरी

एक विडम्बना यह भी है की संचार साधनों से हो रहे महिला उत्पीडण के लिये महिलाएँ भी सक्रिय दिखाई देती है। मिडिया द्वारा नारी या तो आधुनिकता के रंग में रंगी कुटिलता, व्यक्तिवादी, असभ्यता व फैशन से लिप्त खलनायिका है या फिर खोखले आदर्श, संस्कारों एवं बंधनों से बंधी अत्याचार सहने वाली नायिका है। ये दोनों रूप नारी के विकृत छवी को प्रदर्शित करते हैं। भारतीय समाज में सामाजिक स्वरूप में बदलाव आ रहा है। पश्चिमी संस्कृति का प्रभाव हमारे जनसंचार साधनों पर स्पष्ट रूप से दिखाई पड़ रहा है। भुमण्डलीकरण ने तो समस्त पृथ्वी को एक खरीदने-बेचने का मंच बना डाला है। मनोरंजन के परदे में औरतों का खुलेआम शोषण हो रहा है। अश्लिलता सर्वोपरी हो गयी है। आधुनिक नारी के नाम पर जीस नारी की तस्वीर प्रस्तुत की जा रही है वह नारी कौन योग्य सम्मान दे पा रही है ना उचित स्थान। आज की नारी जीती जागती साहसपूर्ण औरत के रूप में चित्रित न करके जनसंचार माध्यम में बढ़ती नारी हिंसा एवं स्त्री अपराध का कारण बन रही है। जहां भारत आज तीसरी महासत्ता बनने की और अग्रसर है जहाँ स्त्री सांस्कृतिक मुल्यों की धरोवर है उसे दुषित रूप से प्रदर्शित कर नारी शोषण का उदाहरण बनता जा रहा है।

संदर्भ ग्रंथ

1 मिडिया और बाजारवाद संपादन रामशरण जोशी (प्रथम संस्करण) 2 सामाजिक परिवर्तन और सामाजिक नियंत्रण – रामनाथ शर्मा, राजेंद्रकुमार शर्मा अटलान्टीक पब्लिशर अॅन्ड डिस्ट्रीब्यूटर नई दिल्ली (प्रथम संस्करण 2004) 3 efgyk fo' ockk 3 रमा शर्मा, एम के शर्मा (प्रथम संस्करण 2009 अर्जुन पब्लिशिंग हाउस नई दिल्ली 4 आधुनिक भारत में सामाजिक परिवर्तन डॉ संजिव महाजन (प्रथम संस्करण 2004) अर्जुन पब्लिशिंग हाउस नई दिल्ली